

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Alwafi Ridho Subarkah. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadi'ah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dengan Metode Swot (Strenght, Weakness, Opportunity Dan Threat)*, 151(2), 10–17.
- Atmoko, T. P. H. (2018). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*, 1(2), 83–96.
- Aucla. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Pengembang Produk Terhadap Tingkat Hasil Penjualan* 8(5), 55.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Issue 1).
- Amstrong, K. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1), 113–121.
- Andik, & Rokhman. (2020). *Implementasi Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang. Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1), 39–49.
- AnisaTiara Fitri. (2018). *Analisa Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadi'ah dalam meningkatkan Jumlah Nasabah dengan Metode SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity dan Thteat). Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2.
- Baidu. (2017). *Pengertian Tabungan Tabungan. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Baskoro, W. (2017). *Peran Organisasi (Himpunan Pelajar dan Mahasiswa Papua Semarang) Kota Semarang dalam Meningkatkan Kepemimpinan Mahasiswa. Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 902.
- Clara Amelinda Sugianto dan Charly Hongdiyanto. (2020). *Perumusan strategi pemasaran menggunakan metode QSPM pada bisnis sambal noesantara. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Darmito, & Julianty. (2017). *Perngertian Yang Tepat Dan Pemahaman Arti*. 21–59.

- Dayat, M. (2019). *Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan*. *Jurnal Mu'allim*, 1, 299–
- Desminar. (2019). *Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah*. *Menara Ilmu*, Vol. XIII(3), 25–35.
- DSN-MUI No. 02 /DSN-MUI/IV. (2000). *Tentang tabungan*
- Entaresmen, R. A. (2016). *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 53–74.
- Febriani, E. E. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah pada Kota Bengkulu*. 1–146.
- H Kara, O. A. M. A. (2018). *STRATEGI PEMASARAN*. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Harianja. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB Syariah dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah di PT. Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Medan*.
- Hadi, S. N. (2018). *Analisis Pemahaman Karyawan Bank Syariah terhadap Product Knowledge Tabungan Wadiah dalam Perspektif Perilaku Organisasi*. *At-Ta'uzi' : Jurnal Ekonomi Islam*, 18, 1–17.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hasibuan. (2018). *Sayuti Hasibuan, Manajemen Sumber Daya Manusia : pendekatan non sekuler*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2000), h. 3 1 11. 11–58.
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*. *At-Taqaddum*, 8(1), 21.
- Hernita, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. Rudi Karya Stone Majalengka)*. Iii, B. A. B., & Promosi, A. (2018). 19 . 16. *Promosi*, 1–62.
- Kamila. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Btn Batara Haji Dan Umroh Ib Pada Pt. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Pekanbaru*.
- lii A. (2016). *Akuntansi Bank, Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah*. 25–50.
- Listyawati, N. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Perbankan terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP PINRANG*. *Angewandte Chemie*

International Edition, 6(11), 951–952., 10–27.

Lukitaningsih, A. (2017). *Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 14(1), 16–29.*

Lukitaningsih, A. (2019). *Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 3(1), 21.*

Magdalena. (2017). *Model Strategi Promosi Stand Pameran Pada Perusahaan Pco (Professional Conference Organizer).*

Marakas dan O'Brien (2017, 7). (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 8–24.*

Mekarisce, A. A. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat.*

Muali. (2019). *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 5(2), 168–185.*

Mujiatun Ridwati. (2020). *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal as Syahsiyah Page 54. 35, 54–67.*

Nabilla A. G, A. T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi. Kritis, 5, 21–40.*

Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2018). *Jurnal Manajemen Indonesia. Jurnal Manajemen Indonesia, 14(2), 163–170.*

Nugroho, K. A., Kristiyanto, A., & Doewes, M. (2018). *Implementasi pendidikan jasmani dalam international primary curriculum.*

Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 10, 1–12.*

Petri, M. M. (1967). *Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi COVID-19. Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local., 1(69), 5–24.*

Prasetio&Suharnomo, H., Manajemen, J., Petra, P., Santoso, L. R., Japarianto, E., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). *132440-ID-pengaruh-relationship-marketing-terhadap. Jurnal Studi Manajemen Dan*

Organisasi, 6(2), 1–18.

- Puput Aprilia Andarias. (2019). *Strategi Pemasaran Barang di Toko Handayani Kelurahan Baladai Kecamatan Bara*.
- Riasinta, M. (2019). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ridha Rusyda Marhan. (2018). *Strategi Pemasaran pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Gresik dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Siduarjo*. *Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati*. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Rusdi, M. (2019). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD*. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Siska Mona Sari. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran 4P Terhadap Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Cabang Banda Aceh*. 45(45), 95–98.
- Suatama, J. (2018). *Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang*. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 19–35.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2018). *Pengaruh promosi di instagram dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung di pariwisata puncak Mas Bandar Lampung*. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.
- Sukanti. (2018). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. Modul 1*, 1–41.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. H. (2020). *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*. *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Susanto, A., & Asmira. (2017). *Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode Web Engineering*. *Simkom*, 2(3), 9–17.
- Syafitri. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Wadi'ah pada BNI Syariah KC Bengkulu*. 2507(February), 1–9.

- Syihabudin, S. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di Bank Syariah Mandiri KK UII Yogyakarta*.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sutanto, O. I. D. dan E. M. (2018). *Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya*. *Agora Vol.*, 6(2), 2–7.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pengertian Distribusi*. *Strategi Pemasaran*, 394
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (Yogyakarta: ANDI, 2008)*, h. 3. 19. 19–39.
- Tristina. (2020). *Analisis Strategi Promosi Pada Produk Pembiayaan Multiguna Di Bank Bri Syariah Kcp Magetan*. *International Journal of Hypertension*, 1(1), 1–171.
- UU No 10 Tahun (1998) *Tentang Perbankan*.
- Untoro, Y. A. (2020). *Strategi pemasaran*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1990, 9–47.
- Wibowo. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*.
- Yunita, & Handayani. (2018). *Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14.
- Wibowo. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Wilinny, W., Halim, C., Sutarno, S., Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. M. (2019). *Analisis Komunikasi Di PT. Asuransi Buana Independent Medan*. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1), 1–6.

Bahan Dari Internet

www.btn.co.id

<https://lifepal.co.id/media/btn-syariah/>